

Carlos Alberto Scolari, profesor del Departament de Comunicació y miembro del grupo UNICA. Universitat Pompeu Fabra (UPF). Facultat de Comunicació. 08018 Barcelona.

Manel Jiménez, profesor del Departament de Comunicació y miembro del grupo CINEMA. Universitat Pompeu Fabra (UPF). Facultat de Comunicació. 08018 Barcelona.

Mar Guerrero, doctoranda del Departament de Comunicació. Universitat Pompeu Fabra (UPF). Facultat de Comunicació. 08018 Barcelona.

Narrativas transmediáticas en España: cuatro ficciones en busca de un destino cross-media

Transmedia Storytelling in Spain: four fictions searching for their cross-media destiny

Recibido: 30 de septiembre de 2011

Aceptado: 13 de noviembre de 2011

RESUMEN: Durante casi una década las narrativas transmediáticas han formado parte de la agenda de los estudios de medios, con frecuencia desde perspectivas económicas y sociológicas, alejadas de cualquier análisis textual de la materia. Este artículo, basado en la tradición semiótica y narratológica, analiza cuatro producciones transmediáticas de ficción producidas en España: Las tres mellizas, Infidels, Serrallonga y Águila Roja. Tras una primera parte dedicada al corpus teórico del trabajo, las tres secciones siguientes están centradas ofrecen una primera exploración de un panorama desigual, necesitado de nuevos conceptos y taxonomías que ayuden a una mayor comprensión del fenómeno transmediático.

Palabras clave: narrativas transmediáticas, ficción televisiva, convergencia, contenidos generados por el usuario, semiótica, narratología.

ABSTRACT: For almost a decade transmedia storytelling has been part of the Media Studies agenda, often from sociological and economic approaches, far away from textual outlooks on the subject. This article, founded on the semiotic and narratological tradition, analyzes four transmedia TV fiction shows produced in Spain: 'Las Tres Mellizas', 'Infidels', 'Serrallonga' and 'Águila Roja'. After a first section focused on describing the theoretical basis of the research, the next three sections offer a first peek at a variable landscape that needs new concepts and taxonomies to achieve a better understanding of the transmedia phenomenon.

Key words: Transmedia storytelling, TV fiction, convergence, user-generated content, semiotics, narratology.

El fantasma de las narrativas transmediáticas (*transmedia storytelling*) recorre los estudios de comunicación. Desde la incorporación de este concepto por parte de Jenkins (2003), numerosos investigadores y centros de estudio han incorporado a las narrativas transmediáticas dentro de su agenda de trabajo. Estos relatos que se expanden a través de múltiples medios y plataformas con la complicidad de sus receptores –ahora reconvertidos en *prosumidores*¹– se han posicionado como uno de los objetos de investigación más atrayentes de la era de la convergencia. Investigadores provenientes de diferentes áreas del saber se han ido acercando a un objeto de estudio multidisciplinar, por momentos ilimitado y en permanente mutación, lo que dificulta su focalización científica.

Si bien los enfoques inspirados en la economía política de la comunicación y economía de los medios encuentran en las narrativas transmediáticas un interesante campo de análisis², han sido los trabajos de corte etnográfico los primeros que han llamado la atención de la comunidad científica y los profesionales (ver por ejemplo Jenkins, 1992, 2006a, 2006b). Respecto a la narratología, Ryan ha conducido el pasaje desde un enfoque monomediático a uno que analiza cómo los relatos se despliegan a través de los medios, poniendo en discusión aspectos centrales como la inmersión, las narrativas interactivas y la construcción de mundos de ficción (Ryan, 2004, 2009). En este contexto es quizá Dena (2009) quien más ha profundizado en una narratología de los relatos transmediáticos, proponiendo un conjunto de indispensables conceptos, categorías de análisis e hipótesis de gran solidez teórica.

Los aportes de la ludología también son para destacar. El concepto de *trans-medial world* se propone como la evolución lógica de la idea de *mundo narrativo*: los mundos transmediales son sistemas abstractos de contenido a través de los cuales un conjunto de historias y personajes pueden ser actualizados en diferentes medios; tanto los autores como los consumidores comparten una misma imagen mental de esa *worldness* (Tosca y Klastrup, 2004; Klastrup, 2009).

Cada uno de estos enfoques propone un acercamiento al fenómeno transmediático desde alguna disciplina en particular (la economía de los medios, la etnografía, la narratología, etc.), generando miradas hasta cierto punto fragmentadas. El experto en narrativas tenderá a desentenderse de las cuestiones económicas, mientras que el etnógrafo no se interesará por las estrategias

¹ Para una discusión de corte semántico sobre las transformaciones que ha sufrido la figura del *receptor* y las *audiencias*, ver Scolari, 2009 (cap. 2.1.5). El concepto de *prosumidor* (una síntesis entre productor y consumidor) fue introducido por Toffler (1980).

² Sobre las estrategias de *branding* en Hollywood ver GRAINGE, Paul, *Brand Hollywood: selling entertainment in a global media age*, Routledge, New York, 2008

narrativas de expansión del relato. Si bien es prematuro siquiera soñar con una teoría unificada de las narrativas transmediáticas, diálogo entre las diferentes disciplinas es fundamental para evitar la fragmentación del objeto de estudio. En este sentido la obra de Jenkins aporta una mirada fresca y multidisciplinaria que si bien parte de lo etnográfico no duda en abordar cuestiones narrativas, económicas o inclusive relativas al *branding* (Jenkins, 2006)³.

Respecto al estado de la investigación en España, se trata de un campo de estudio reciente pero que se está consolidando de manera acelerada. En él confluyen sobre todo investigadores provenientes de la comunicación audiovisual, interactiva y el periodismo (por ejemplo Scolari, 2009, 2011); Roig, 2009; Díaz Noci, 2011; Hernández Pérez y Grandío Pérez, 2011); por otra parte, ya se están realizando los primeros trabajos finales de máster e investigaciones de doctorado dedicadas a las narrativas transmediáticas (por ejemplo Guerrero, 2010; Belsunces Gonçalves, 2011; Parreño Rabadán, 2011). Todo hace pensar que el interés por las narrativas transmediáticas –no sólo en el ámbito de la ficción– crecerá en los próximos años.

1. Un marco de análisis semio-narratológico

Dentro de las múltiples puertas de entrada posibles en este artículo analizaremos un conjunto de narrativas transmediáticas desde una perspectiva que integra la semiótica con la narratología. El presente estudio forma parte de un proyecto de investigación de mayor alcance que abarcó otros tipos de relatos –parodias, *reality shows*, *late night shows*, campañas publicitarias, políticas, etc.– y se basó en producciones realizadas en Cataluña, algunas de ellas de gran presencia en el mercado español e inclusive internacional⁴.

³ Esta mirada, también es justo decirlo, ha sido criticada precisamente por su eclecticismo y fragilidad metodológica. Ver MEEHAN, Eileen R., "Book Review: Convergence culture: Where old and new media collide -by Henry Jenkins", *Journal of Communication*, vol. 57, n° 3, 2007, pp. 602-604 y SINNREICH, Aram, "Come Together, Right Now: We Know Something's Happening, But We Don't Know What It Is", *International Journal of Communication* 1, 2007, pp. 44-47.

⁴ El proyecto se denominó *Narratives transmediàtiques, convergència audiovisual i noves estratègies de comunicació*, tuvo un año de duración (2010-2011) y fue realizado en el marco de la VII Convocatoria de Ayudas para Proyectos de Investigación del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC).

1.1. Metodología de análisis

Teniendo en cuenta las características del objeto de estudio y su relativa novedad en el panorama mediático catalán y español, la investigación tuvo un carácter exploratorio. El objetivo principal, además de realizar un primer reconocimiento de las obras transmediáticas, era poner a prueba una serie de instrumentos teórico-analíticos y confrontarlos con diferentes tipologías textuales y narrativas. A la hora de construir el *corpus* de análisis, y considerando el carácter exploratorio del estudio, se decidió sondear el territorio de la producción audiovisual catalana e identificar un conjunto de textos que, a primera vista, se presentaban como los más interesantes y ricos desde la perspectiva transmediáticas. En este contexto se presentarán obras pertenecientes a tres subgéneros: ficción infantil (*Las tres mellizas*), ficción femenina (*Infidels*) y ficción histórica (*Serrallonga / Águila Roja*). Las obras seleccionadas se expresan a través de un abanico bastante amplio de medios y plataformas:

	Las tres mellizas	Infidels	Serrallonga	Águila Roja
TV	X	X	X	X
Cine	X			X
Libro	X		X	X
Cómic	X		X	X
Videojuego	X			X
CD Audio	X			
Cd Interactivo	X			
Web (oficial)	X	X		X
Web 2.0	X	X		X
Móviles	X			X

Para la investigación se decidió construir un instrumento de análisis integrador de las principales vertientes de la narratología y la semiótica narrativa. El análisis de los conjuntos textuales incluyó categorías y preguntas como las que indican a continuación:

- Características del mundo narrativo y del proceso de expansión transmediático: ¿Cuál es la extensión del universo narrativo? ¿En qué medio comenzó? ¿Cómo fue llegando el relato a los otros medios? ¿Cómo se expresan en los diferentes géneros estos procesos expansivos? ¿Qué estrategias de expansión se han aplicado? ¿Es posible clasificar esas estrategias?
- Si existen diferentes líneas o arcos narrativos: ¿Cómo se manifiestan en los diferentes medios? ¿Cómo afectan a los programas narrativos

de los actantes (Greimas y Courtés, 1982) los procesos de expansión transmediáticas? ¿Cambian los roles actanciales de un medio a otro? ¿Se producen fenómenos de independización narrativa (por ejemplo, creación de *spin-offs*)?

- Construcción de lectores modelos: ¿Cómo se construye un lector modelo o implícito en un conjunto textual transmediático? ¿Puede un conjunto textual transmediático construir varios lectores modelos, uno por cada medio? ¿Qué competencias debe poner en juego un receptor para reconstruir e interpretar un mundo narrativo transmediático? ¿Cambia el contrato de lectura de un medio a otro?
- Procesos de interpretación, apropiación, expansión y comprensión narrativa por parte de los prosumidores: ¿Qué sucede con los procesos de interpretación y la construcción de mundos posibles (Eco, 1979) cuando se desarrollan de manera colaborativa en las redes sociales? ¿Qué tipo de textos generan los prosumidores? ¿Cómo se vinculan estos textos pertenecientes al dominio del *fandom* con el relato oficial (*canon*)? ¿Es posible clasificarlos?

1.2. Marco teórico

Tanto la semiótica –ya sea el modelo desarrollado por Greimas (1989) o el de Eco (1979)– como la narratología –desde la obra fundacional de Propp (1998), publicada en 1928, hasta los trabajos de Genette (1989) y Bal (1985)– se han ocupado de narraciones en que se expresan en diferentes tipos de lenguajes y medios. Los fenómenos de producción de sentido donde se cruzan dos o más sistemas de significación, englobados bajo el concepto de *sincréticos* por Greimas y Courtés (1982) o *multimodales* por otras vertientes de la semiótica (Kress y van Leeuwen, 2001; Kress, 2009), siempre han sido de interés pero nunca se habían terminado de combinar con las perspectivas narrativas.

El desarrollo creciente de estrategias narrativas transmediáticas y la febril actividad de las comunidades de fans –las cuales no dudan en apropiarse de personajes y mundos narrativos para expandirlos, *remixarlos* y redistribuirlos en plataformas colaborativas como YouTube, LiveJournal o Fanfiction⁵– introducen varios desafíos que las teorías “monomediáticas” no alcanzan a responder. En ese contexto una mirada en clave semio-narratológica nos permite iluminar muchos aspectos de estas producciones y avanzar en la construcción de un

⁵ <http://www.youtube.com> / <http://www.livejournal.com> / <http://www.fanfiction.net>.

discurso teórico sólido. Evidentemente preguntas que acabamos de presentar van mucho más allá de los alcances del presente artículo, pero sirven como muestra de las potencialidades que esconde este campo de investigación.

A continuación se presentan los tres conjuntos textuales analizados. Cada uno de ellos asume la transmedialidad a su manera; en un caso, trabajando en las fronteras de la adaptación o traducción intersemiótica (Jakobson, 1985; Eco, 2003); en otro, haciendo breves incursiones en el mundo de las redes sociales que, al ser limitadas, sólo sirven para poner en evidencia las potencialidades de esos ámbitos de comunicación; finalmente, se describirán dos ejemplos extremos, uno de adaptación y otro de expansión transmediática de gran alcance. Estos sondeos textuales aportarán una serie de nuevos conceptos, taxonomías y preguntas para seguir consolidando un discurso teórico sobre las narrativas transmediáticas, al mismo tiempo que permiten poner a prueba los métodos de investigación de matriz semio-narratológica de frente a estos novedosos objetos de estudio

2. *Ficción infantil*: Las tres mellizas

Las tres mellizas es una de las producciones catalanas de carácter transmediático más difundidas a nivel internacional. Estos personajes creados por Roser Capdevila irrumpieron en el mercado en el año 1983 bajo forma de libros ilustrados. En esta primera etapa las historias –escritas por Mercè Company y Enric Larreula– proponían un permanente juego intertextual con el mundo de las fábulas infantiles (*Los tres cerditos*, *El flautista de Hamelin*, *Caperucita roja*, *Blancanieves*, *Pinocho*, *El libro de la selva*, *La isla del tesoro*, *El patito feo*, etc.). En 1985 aparecerá la Bruja aburrida, un personaje fundamental en el dispositivo narrativo porque se convertirá en la principal antagonista de las tres hermanas.

El esquema narrativo de *Las tres mellizas* se encuadra perfectamente en los modelos tradicionales del cuento folklórico y las fábulas infantiles ya analizadas por Vladimir Propp hace casi un siglo. Las tres hermanas siempre deben cumplir algún objetivo –ayudar a un personaje, construir algo, etc.– y la Bruja aburrida aparece como el principal oponente que tratará de impedir la consecución de la tarea. Otros personajes o circunstancias aparecen como los ayudantes de las tres hermanas.

En 1995 se produce el gran salto a la pantalla televisiva a partir de la colaboración entre Televisió de Catalunya y la productora Cromosoma; dos años más tarde las tres hermanas también tendrán su versión en castellano, primero en Canal+ y después en La 2. La serie televisiva cuenta con 104 capítulos, ha sido traducida a 35 idiomas y difundida en más de 150 países (datos de 2010). Los capítulos tienen aproximadamente 26 minutos de duración; sólo

los especiales dedicados a *Gaudí* (2002) y *El Quijote* (2005) cuentan con dos partes por lo que su duración se duplica. La obra doble dedicada a Gaudí fue presentada en los cines en forma de largometraje.

El gran éxito de *Las tres mellizas* ha llevado al desarrollo de diferentes subproductos y *spin-offs* televisivos como *La bruja aburrida*, *Once Upon The Triplets* (*Érase una vez las tres mellizas*) y *Las tres mellizas bebés* (3BB). A estas expansiones televisivas se deben sumar una larga serie de colecciones de libros (*La gran biblioteca de las tres mellizas*, *Los cuentos contados/inglés fácil*, *En la cocina con las tres mellizas*, etc.), CD musicales e interactivos (*Las canciones de las tres mellizas*, etc.) o la aparición de la web⁶ en 1998. A lo largo de los años se han coproducido con diferentes instituciones algunas realizaciones especiales, por ejemplo la animación *Com és Catalunya* dirigida a los inmigrantes y *Catalonia, Terra de Tots. Les Tres Bessones a la Catalunya Real*, la primera producción en 3D de la serie. Actualmente se está desarrollando un largometraje y durante 2011 ha aparecido una aplicación para iPads: *Las tres mellizas bebés: Un día en la granja*.

A la hora de recortar el objeto de estudio se decidió analizar todos los textos producidos alrededor de la figura de Antoni Gaudí y el movimiento modernista. 2002 fue proclamado el Año Gaudí por el Ayuntamiento de Barcelona⁷. Aprovechando las sinergias con el gran evento cultural se generó un conjunto de producciones editoriales (*Las tres mellizas y Gaudí*, *La gran biblioteca - El taller de Gaudí*), teatrales (*Les Tres Bessones i l'enigmàtic Senyor Gaudí*), audiovisuales (dos episodios: *El taller de Gaudí* y *Los fantasmas de la Pedrera*) e interactivas (tres videojuegos muy simples en la web) vinculadas entre sí, dando lugar a un primer ejercicio coordinado de narrativa transmediáticas en el mundo de *Las tres mellizas*. Ocho años después de su desarrollo inicial, la presencia de Antoni Gaudí en el mundo narrativo de *Las tres mellizas* sigue plenamente vigente, tal como lo demuestra la publicación de una nueva versión de *El taller de Gaudí* en *La revista de las tres mellizas* (septiembre 2010).

2.1. La expansión transmediática (y la compresión narrativa)

A continuación se describe brevemente la historia tomando como base el relato televisivo (*El taller de Gaudí* –episodio 70– y *Los fantasmas de la Pedrera*

⁶ <http://www.lastremellizas.com>.

⁷ La empresa Cromosoma aparece en el Consejo Promotor del Año Gaudí, <http://www.bcn.es/gaudi2002/>.

—episodio 71—). Los investigadores suelen referirse a este tipo de producción como *tentpole*, o sea, que funciona como el “mástil central” que sostiene económica y narrativamente a un conjunto transmediático. Desde un punto de vista narrativo la trama de los dos episodios contiene todos los elementos que caracterizan este tipo de relato: las tres hermanas realizan una transgresión y son castigadas por la bruja, quien las envía al año 1908. Podría decirse que para enmendar la falta las tres hermanas ayudan a Gaudí mientras tratan de superar las trampas/pruebas que les tiende la bruja. En ese viaje al pasado las mellizas conocen de cerca a Gaudí, lo acompañan en su vida cotidiana y comparten sus fantasmas en tanto arquitecto incomprendido. Finalmente Gaudí consigue exorcizar a sus fantasmas e inaugura una de sus construcciones más emblemáticas —La Pedrera—, mientras las tres hermanas castigan a la bruja y regresan a la época actual.

La trama presenta una mínima complejidad; por ejemplo, todos los episodios incorporan *flashbacks* dedicados a la juventud de Gaudí y, en ciertos momentos, hay referencias intertextuales a películas como *Misión Imposible* (por ejemplo, cuando la bruja baja sostenida por cables en el estudio de Gaudí) o *ET* (la clásica escena de los niños en el cielo con la luna de fondo). El segundo episodio se enriquece con un acto musical ambientado en la Sagrada Familia.

Desde la perspectiva de los géneros, los dos episodios se encuadran en el relato infantil clásico con toques de fantasía (el viaje en el tiempo) y algo de documental (descripción de la vida en Barcelona en 1908, informaciones sobre la vida de Antoni Gaudí, etc.). El tono de los episodios combina las situaciones dramáticas (el amor frustrado de Gaudí, el miedo a no ser aceptado, la destrucción de sus dibujos, los fantasmas que lo acosan) y de comedia (el conflicto entre la bruja y las tres hermanas, diferentes situaciones cómicas, etc.).

También en el año 2002 apareció el libro ilustrado *Las tres mellizas y Gaudí* (2002), una obra directamente inspirada en los dos episodios televisivos. Se trata de un clásico libro de cuento ilustrado que incluye, en la última parte, algunos dibujos y bosquejos originales de Roser Capdevila. Desde una perspectiva narrativa, el libro *Las tres mellizas y Gaudí* se presenta como una adaptación del relato televisivo, al igual que *El taller de Gaudí*. Este segundo libro aparecido en el 2006 pertenece a *La gran biblioteca de las tres mellizas*, una colección que incluye el cuento ilustrado, textos adicionales sobre Gaudí, el modernismo y la producción de dibujos animados (*making-of*), y un DVD con el correspondiente episodio. Para terminar con las publicaciones impresas debemos mencionar la aparición en el 2010 de *El taller de Gaudí*, una tercera versión del relato dentro de *La revista de les Tres Bessones*.

La adaptación de los dos episodios al formato impreso se puede describir como un doble movimiento: por un lado, el relato se expandió a otro medio, pero al mismo tiempo sufrió una compresión narrativa. El libro *Las tres mellizas y Gaudí* presenta a sus lectores una historia similar pero con una serie de ausencias, por ejemplo, no se describen las causas del castigo que lleva a las tres hermanas al pasado y se eliminan los *flashbacks* donde se cuenta la frustrada historia de amor del joven Gaudí. A esta primera reducción narrativa se debe sumar la segunda versión impresa publicada dentro de la colección *La gran biblioteca*. Si bien hay algunas referencias al pasado de Gaudí y el rechazo de su amante, otras escenas –como el baile de la bruja en el Teatro Liceu– aparecen bajo forma de ilustración y sin referencias en el texto escrito. Esta presencia puede generar problemas de interpretación: si los lectores reconocen que la bailarina con tutú es la bruja, en ningún lugar se explica su presencia en el escenario.

Este doble proceso de expansión mediática / compresión narrativa se profundizó con *El taller de Gaudí*, el relato ilustrado aparecido en setiembre del 2010 en *La revista de las tres mellizas* que adapta el primer episodio televisivo (*El taller de Gaudí*). Esta nueva versión es aún más resumida que las anteriores y se extiende a lo largo de cinco páginas. En esta ocasión las tres hermanas aparecen directamente en el pasado (no se explica la transferencia al año 1908) y, al igual que en la versión publicada en *La gran biblioteca*, no se justifica la presencia de la bruja en el escenario del teatro. En esta versión tampoco se relata el retorno al presente por parte de las hermanas. Respecto a todas las otras versiones, en este texto el rol de la bruja es totalmente marginal.

La obra teatral *Les Tres Bessones i l'enigmàtic Senyor Gaudí* (2002) es el texto más interesante para analizar desde la perspectiva transmediáticas. En este relato se asiste a una verdadera expansión narrativa según los cánones actuales del *transmedia storytelling*. La obra consta de diez escenas que incluyen nuevos personajes que llevan el relato mucho más allá de los episodios televisivos y las diferentes versiones editoriales. Por una parte, se incorporan nuevos personajes (la madre de las tres hermanas, el buey Manolet –que ocupa un rol central en la historia–, un esqueleto, etc.) y se agregan nuevas situaciones.

Para terminar con esta rápida panorámica, cabe agregar que los tres videojuegos presentes en la web de *Las tres mellizas* –*Construeix la casa Batlló*, *Els colors de Gaudí* y *Trencaclosques*– son muy simples y no aportan nada al universo narrativo. Respecto a los contenidos generados por los usuarios, el hecho de tratarse de un público infantil hace que la mayor parte de esta producción se limite a dibujos y algunos relatos breves enviados a la revista o la web.

2.2. Lo que *Las tres mellizas* y *Gaudí enseñan*

Como se indicó, la expansión transmediática de los relatos analizados atravesó dos momentos:

- Fase inicial: en esta fase se planificó la mayor parte de las producciones con motivo del año Gaudí 2002. La producción de los episodios, los libros y la obra teatral fue en paralelo.
- Fase posterior donde la expansión se basó en la recuperación de piezas originales de la fase inicial para ser integradas en otros contextos (como la *Revista de las tres mellizas*).

Estas dos fases de la expansión de *Las tres mellizas* puede servir de base para proponer una clasificación de las estrategias transmediáticas basada en los criterios de planificación:

- *Estratégica*: en estos casos la expansión es planificada temporal y espacialmente de antemano. Dado el elevado costo que implica la producción en diferentes medios y plataformas, esta estrategia es común entre productos-marcas de bajo riesgo (por ejemplo personajes muy conocidos donde los productores “van a lo seguro”).
- *Táctica*: la expansión narrativa se realiza de manera progresiva, sin una estrategia previa y a veces en función de *inputs* externos a la productora.

En el caso de *Las tres mellizas* podría decirse que en general su expansión ha seguido una modalidad *táctica* (basada sobre todo en la producción de adaptaciones, del libro a la televisión, y de la televisión al libro, videojuegos, teatro, productos a pedido de empresas o instituciones públicas, etc.) aunque en el caso específico del Año Gaudí los textos nacieron de forma paralela y articulada (modalidad *estratégica*).

Sin embargo, el dato más interesante que emerge de este análisis es que la expansión de un medio a otro produjo una compresión del relato que llevó a la pérdida de algunos programas narrativos secundarios (como el *flashback* relativo al amor frustrado de Gaudí) o situaciones (la bruja bailando en el Liceu). En este contexto la obra teatral *Les Tres Bessones i l'enigmàtic Senyor Gaudí* se presenta como el único texto que realmente expande la historia e incorpora nuevos personajes y situaciones. Este doble y contradictorio movimiento de expansión mediática y compresión narrativa es lo que caracteriza a este conjunto textual. Podría decirse que este movimiento va en contra de todo lo que hasta el momento se ha escrito sobre *transmedia storytelling* y confirma que todavía queda mucho camino para recorrer en el estudio narratológico de este tipo de producciones. Por el momento se puede anticipar que no todas las narrativas transmediáticas son expansivas sino que podemos encontrarnos con fenómenos cross-media que al mismo tiempo reducen el mundo narrativo.

Esta peculiaridad nos remite a una pregunta: ¿debemos incluir las adaptaciones en el estudio de las narrativas transmediáticas? Según Jenkins,

this is a matter of degree –since any good adaptation contributes new insights into our understanding of the work and makes additions or omissions which reshape the story in significant ways. But, I think we can agree that Lawrence Olivier’s *Hamlet* is an adaptation, while Tom Stoppard’s *Rosencrantz & Guildenstern Are Dead* expands Shakespeare’s original narrative through its refocalization around secondary characters from the play⁸.

Desde esta perspectiva, y teniendo en cuenta el hecho de que una traducción siempre implica una pérdida y, al mismo tiempo, una ganancia, parece necesario considerarlas parte del universo transmediático. Esta visión menos más amplia de las narrativas transmediáticas es compartida por otros investigadores, por ejemplo Dena (2009).

Si se avanza por este camino, se puede proponer una posible taxonomía de las diferentes maneras de abordar una adaptación:

- Adaptaciones que mantienen el mismo esquema actancial;
- Adaptaciones que incluyen cambios actanciales;
 - Expansión del Programa Narrativo (PN) por la incorporación de nuevas pruebas (por ejemplo, en la obra teatral las tres hermanas deben salvar al buye Manolet y evitar que la bruja lo convierta en “bistecs”).
 - Expansión del PN por la incorporación de PN secundarios (por ejemplo, la aparición de personajes como Manolet o el esqueleto en la obra teatral).
 - Compresión del PN por la eliminación de pruebas (en el relato publicado en la revista las tres hermanas no deben superar todas las pruebas que aparecen en el relato televisivo).
 - Compresión del PN por la eliminación de PN secundarios (como el caso del *flashback* sobre el amor frustrado de Gaudí).

Como se puede observar el estudio de un pequeño *corpus* textual dentro del gran universo narrativo transmediático de *Las tres mellizas* ofrece la posibilidad de afinar los conceptos y pensar en nuevas clasificaciones. Según Greimas (1991) estos elementos –definición de conceptos y organización de taxonomías– son los dos primeros componentes que cualquier discurso teórico está obligado a incluir.

⁸ JENKINS, Henry, “The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling” (primera parte), en el blog *Confessions of an Aca-Fan*, diciembre 2009.

3. Ficción femenina: Infidels

En marzo de 2009, la cadena pública autonómica TV3 estrenó *Infidels*, producida por la compañía Diagonal TV a partir de una idea original del guionista Javier Olivares. Durante 42 capítulos repartidos en tres temporadas se presentó un drama situado en la Barcelona contemporánea cuya premisa es la amistad y las relaciones familiares y sentimentales de cinco mujeres muy diferentes entre sí (Paula, Lúdia, Joana, Cruz y Arlet), pero que siempre encuentran una forma de apoyarse en sus problemas. Por la continuidad de las tramas a lo largo de los capítulos se puede hablar de un drama serializado, conjugado con algunos puntos de comedia y surrealismo, que bebe de otros productos coetáneos como *Mistresses* (BBC, 2008-2010). A largo de las tres temporadas desfilan temáticas como la infidelidad, la enfermedad, la pérdida de seres queridos y sus consecuencias, la maternidad, el autodescubrimiento y los secretos. Para este análisis se ha seleccionado la primera temporada de la serie (16 capítulos), algunas iniciativas transmediáticas (un vídeo-*recap* [del inglés, *recapitulation*] y un perfil de personaje en Facebook) y los contenidos generados por el usuario (CGU) derivados de ella.

La historia comienza el día de la boda de Paula con Marc, a la que asisten el resto de amigas. El reencuentro inesperado con otro Marc, su novio de la adolescencia, y la visión que Cruz tiene de ellos dos a escondidas en las escaleras impulsa la narración, que da un salto temporal de un año al presente. Paula continúa casada y mantiene su aventura con Marc. El guión evidencia que sus amigas no saben nada de esta relación, ni siquiera Cruz, su amiga más íntima dentro del grupo, que nunca llegó a confrontar a Paula acerca de lo que había visto el día de la boda. Sin embargo, la noticia de que padece un tumor cerebral en fase avanzada obligará a Paula a decidirse por aprovechar lo que le queda de vida junto a su amante y poner punto final a su matrimonio.

En *Infidels* se pueden destacar seis grandes líneas narrativas: cinco de carácter individual, una por cada protagonista de la serie, y una línea narrativa colectiva ligada a la amistad de los cinco personajes. Los conflictos narrativos abarcan toda la temporada de acuerdo con los patrones de serialidad que muestra esta ficción. Por importancia, sobresale la trama colectiva, mientras que en las líneas individuales no se aprecia una jerarquía clara, si bien la historia de Paula sirve de impulso a la trama colectiva de manera más evidente. El cáncer de Paula actúa como el *plot device* de impacto que refuerza la unión existente entre las cinco pero, en general, se puede afirmar que cada historia individual contribuye de forma indirecta al desarrollo de la línea colectiva a través de las conversaciones que mantienen las cinco cuando se reúnen.

Al analizar la página web de *Infidels*⁹ se detecta un escaso impacto en el enriquecimiento del mundo narrativo y sus personajes. La plataforma se limita a funcionar de archivo para los episodios de la serie, a ofrecer píldoras básicas de información al visitante del sitio, y a promocionar la presencia de la serie como marca en Internet. De este modo, se concibe la web como un servicio de emisión más que como un espacio que extiende la experiencia del mundo narrativo. Por este motivo el contenido se ajusta a los mínimos requeridos dentro de un contexto en el que las cadenas, para combatir la piratería, se esfuerzan en ofrecer su programación vía *streaming* en sus webs.

3.1. La primera temporada en ocho minutos

No obstante, si se navega a fondo dentro del contenido del sitio hasta llegar al blog de noticias de la serie es posible encontrar la única iniciativa transmediática impulsada desde la web de *Infidels*: un vídeo-resumen de ocho minutos donde se sintetizan los acontecimientos más importantes ocurridos durante la primera temporada de la serie¹⁰.

Los vídeo-resúmenes se conocen también como *recaps* y, como su nombre indica, consisten en recapitulaciones o sumarios de unos pocos minutos de arcos argumentales concretos, temporadas, o incluso, series completas. Se debe remarcar que el término no sólo se usa para designar resúmenes audiovisuales, sino que también incluye otro tipos de sumario ya sea en forma de galería fotográfica, sólo texto o una combinación de estos lenguajes.

Los *recaps* se presentan en diferentes formatos:

- **Vídeo-*recaps***: resúmenes cuyo soporte es el vídeo. Pueden ser de dos tipos: *extraídos*, en los que la labor de montaje es mínima y prima la selección de escenas para su presentación en orden cronológico; o *montados*, en los que, además de seleccionar, se mezclan escenas y se utilizan recursos visuales. El caso del vídeo-*recap montado* es interesante pues implica unas mayores competencias artísticas que dentro del contexto de los CGU, lo convierten en un subgénero creativo de estos conocido como *fan vid*.
- **Foto-*recaps***: sumarios basados en galerías fotográficas realizadas a partir de capturas de pantalla de los episodios. Las escenas pueden estar acompañadas de pequeñas leyendas explicativas (Guerrero, 2010).

⁹ <http://www.tv3.cat/infidels>, 15-4-2011.

¹⁰ <http://blogs.tv3.cat/infidels.php?itemid=32132&catid=2145>, 20-4-2011.

- *Recaps* textuales: resúmenes en forma de texto, que pueden incluir capturas de pantalla.
- *Recaps* infográficos: gráficos-resumen que integran texto, vídeo, fotos o sonido.

Los *recaps* son textos transmediáticos que realizan una compresión narrativa (Scolari, 2011) basada a su vez en la dimensión temporal del relato, ya que el fin de estas piezas es dar a conocer las claves de una historia empleando el menor tiempo posible. Así, el en el vídeo-*recap montado* de la primera temporada de *Infidels*, lanzado en el mes de mayo de 2009 (tres meses antes del estreno de la segunda entrega), se ejerce una labor de selección y de montaje de los momentos más relevantes que se ponen a disposición del espectador habitual para que en ocho minutos sea capaz de recordar lo sucedido en episodios anteriores.

Asimismo, esta pieza resulta de utilidad para los espectadores neófitos que quieren seguir la historia de la serie pero que no disponen de tiempo para ver la temporada completa. No se requieren competencias enciclopédicas especiales (no se debe conocer el mundo narrativo de antemano) para entender el vídeo-*recap* por dos razones. En primer lugar, las líneas narrativas individuales de los cinco protagonistas se muestran al completo, sin omisión de ninguno de los personajes secundarios que intervienen. Y, en segundo, el propio montaje y los recursos audiovisuales utilizados inciden en el carácter tutorial de la pieza, como por ejemplo, el uso de la cabecera de la serie al principio y de cortinillas para separar los distintos actos. De esta manera, el *recap* cumple con una de las características de los textos que conforman un relato transmediático: sirve como puerta de entrada al mundo narrativo. A la vista de las funciones descritas, se puede hablar de tres propiedades inherentes a cualquier clase de *recap* en virtud de los objetivos y el tipo de público que se pretenden alcanzar: *síntesis* (resumen), *recuerdo* (espectadores habituales) y *divulgación* (nuevos espectadores).

3.2. Un personaje en Facebook

Dentro de las iniciativas impulsadas por *Infidels* en el entorno de la web 2.0. se destaca como única experiencia el perfil de Arlet en la red social Facebook¹¹, al cual se puede acceder desde el enlace provisto en el sitio de la serie en TV3. Este perfil, creado en la primera temporada de la serie, es un ejemplo

¹¹ <http://ca-es.facebook.com/arletferreres>, 15-4-2011.

de estrategia de expansión narrativa que opera sobre los personajes. A través de esta modalidad, por un lado, se relatan situaciones que han sucedido fuera de cámara durante el tiempo que transcurre entre la emisión de un episodio y el siguiente, y por otro, el personaje establece conversaciones con los fans que le siguen como si se tratara de una persona de carne y hueso.

El perfil de Arlet contaba con un total de 1.261 amigos en abril de 2011, y sus objetivos se centraban en ahondar en la identidad y gustos del personaje, en su línea narrativa individual, e indirectamente en la de aquellos personajes secundarios que actúan en dicha línea, siempre desde el punto de vista limitado de Arlet. La ausencia de otros personajes de la serie en Facebook que “hablen” con Arlet en su muro de publicaciones refuerza esa limitación e indica una amplia independencia de la narrativa de este paratexto con respecto a los personajes (especialmente con el resto de amigas). Sin embargo, si se atiende a los acontecimientos que suceden en la línea narrativa de Arlet, el perfil en Facebook muestra un comportamiento muy distinto debido a la relación de intertextualidad que se produce entre los mensajes, fotos y actividades que el personaje publica en su muro y las acciones que lleva a cabo en la serie de televisión. En otras palabras, existe una fuerte correspondencia entre la historia contada en Facebook y la de la serie de televisión.

En este contexto el usuario no puede comprender lo que sucede en el muro de Arlet si no está al corriente de la historia marco que tiene lugar en la serie de televisión, de ahí que todo dependa del mayor o menor conocimiento que tenga del mundo narrativo de *Infidels* y, de forma específica, del arco argumental de Arlet. Dicho de otro modo, la interpretación del paratexto será más fácil para un espectador ya iniciado. Parte de esta circunstancia se debe a la escasez de marcas que faciliten el desarrollo de competencias interpretativas que, a su vez, doten al usuario neófito de unos ciertos conocimientos que le permitan recorrer el camino inverso: de Facebook a la serie.

3.3. ¿Qué pueden hacer los usuarios con la serie?

En un contexto de ficción los contenidos generados por el usuario (CGU) son todas aquellas manifestaciones textuales, gráficas y audiovisuales que los fans de una determinada producción realizan en torno a ella. Estas manifestaciones se agrupan en las modalidades creativas de *fan fiction* (historias escritas), *fan vids* (vídeos) y *fan art* (dibujos o gráficos), formas tradicionales en las que se ha desarrollado la creatividad de las comunidades de fans (*fandoms*) en general, y en otras modalidades divulgativas derivadas del panorama de convergencia digital como las recapitulaciones (textuales, gráficas o audiovisuales) o los wikis (enciclopedias virtuales) (Guerrero 2010).

Debido a la naturaleza cambiante de este tipo de contenidos, este concepto todavía requiere un desarrollo más amplio y en profundidad, tanto a nivel general como de cada una de las categorías que incluye. Por lo tanto sólo se detallarán aquellas fórmulas que se han desarrollado en la órbita de *Infidels*: las recapitulaciones. Los *recaps* de *Infidels* creados por sus fans recogen la historia de Dani y Arlet, que se encuentra almacenada en YouTube en forma de vídeos que recopilan las escenas compartidas por ambos personajes a lo largo de la serie. Se trata, en concreto, de *vídeo-recaps extraídos*, en los que no se aprecia ninguna creatividad en el montaje del autor, que se limita a descontextualizar las escenas y a colocarlas en orden cronológico. El autor realiza un trabajo de compresión radical, obviando otras líneas argumentales y personajes que, en caso de aparecer, lo hacen de una forma accidental debido a la interacción con alguno de los personajes protagonistas del *vídeo-recap* en un momento dado. La manipulación del contenido original en estos *vídeo-recaps extraídos* es, en efecto, mínima, y a lo sumo, se completa con un *subbing* (inclusión de subtítulos) en otros idiomas distintos al catalán, como el español o el inglés, para favorecer su difusión a una audiencia más amplia.

Infidels demuestra que la narrativa transmediática no es patrimonio exclusivo de los géneros de ficción basados en vastos mundos narrativos. Historias de corte más cotidiano y realista, o herederas del género de las *soap operas*, pueden beneficiarse también de las posibilidades de expansión narrativa ofrecidas por los diferentes medios y, en este caso concreto, por las redes sociales. La capacidad de estas redes para producir una ilusión mediática de registro virtual de las relaciones sociales *offline* del usuario se imbrica perfectamente con aquellas narrativas que, en gran medida, dependen de la interacción entre sus personajes para hacer avanzar las tramas. En este sentido, el caso de la serie catalana se queda lejos de un amplio aprovechamiento de las posibilidades de las redes sociales como extensión de las vivencias de los personajes y su ambiente (sólo una de las protagonistas tiene Facebook). Con todo, el ejemplo demuestra que es una forma accesible para cualquier producción que desee expandir su relato y, a la vez, conectar con su público en medios distintos al originario.

Al mismo tiempo, desde el frente de la compresión narrativa, los *recaps* suman a la hora de re-contar la historia y abrir las puertas de la producción a una audiencia recién llegada. El objetivo de dar a conocer en unos pocos minutos el mundo narrativo a otros espectadores, o refrescar los recuerdos de los habituales, es universal en cualquier *recap*, ya sea creado por los productores originales o por los fans. El estudio de los contenidos generados por estos últimos puede arrojar más luz a la hora de buscar fórmulas narrativas diferentes en soportes ya conocidos.

4. Ficción histórica: Serrallonga / Águila Roja

Esta sección se ocupa de dos narrativas seriadas que tienen como punto en común el género de aventuras, en un contexto histórico pretérito y con unos valores legendarios y/o folclóricos: *Serrallonga* y *Águila Roja*. *Serrallonga* (2008), de Televisió de Catalunya, es una de las primeras producciones de ficción que ha establecido pautas para un desarrollo que va más allá del medio televisivo. Por otra parte, *Águila Roja* (2009-), producida por Globomedia para Televisión Española, es una de las experiencias más ricas de narrativa transmediáticas creadas en España y puede establecerse como un primer modelo significativo en lo que al ámbito que nos ocupa se refiere.

En los últimos años el panorama televisivo mundial ha experimentado una inflación de obras de corte histórico¹². Es indudable que estas producciones son un fecundo terreno para la realización de expansiones transmediáticas. Este efecto se genera esencialmente por dos motivos fundamentales: 1) su componente folletinesco y 2) las imbricaciones y concomitancias que la novela histórica consolida con otros géneros, hasta el despertar de un imaginario nuevo surgido de la mixtura y el pastiche.

4.1. *Serrallonga*

Joan Sala, alias *Serrallonga*, es un personaje popular del siglo XVII con características míticas dentro del imaginario catalán. Rafael Vallbona, autor del libro en el cual se ha inspirado la serie televisiva y el cómic, propone un argumento que obedece a la clásica producción del héroe justiciero en un universo plagado de abusos sociales como es el de la Cataluña amenazada por las tropas de Felipe IV.

Al igual que en las obras ya analizadas, en *Serrallonga*, el texto principal (el *tentpole*) es el televisivo. De él se desprenden dos adaptaciones: una novela escrita por Rafael Vallbona y un cómic, a cargo de la pareja Quim Bou (dibujos) y Niki Navarro (guión). A pesar de presentar enormes coincidencias entre las tres obras (el cómic y la novela recogen la narrativa televisiva con una fidelidad absoluta), la puesta en circulación del mismo argumento en tres plataformas diferentes supone un primer paso dentro de la producción transmediática catalana.

¹² Varias producciones catalanas ya habían explorado este territorio, por ejemplo *Arnau* (1994), *Carles*, *Príncep de Viana*, 2001; *Via Augusta*, 2007 y *Ermessenda*, 2011.

Más que una miniserie en dos episodios *Serrallonga* es un producto construido con las condiciones de realización de los telefilmes, con una carga y un tratamiento argumental diferente a los que suele tener este tipo de obras. Está formada por dos capítulos de 85 minutos rodados en 16 mm (lo cual le confiere una indudable textura cinematográfica y pretendidamente envejecida) y en un segundo momento convertidos a alta definición para su transmisión en televisión. El modelo se ampara en las series británicas de carácter costumbrista, en la línea de *Eastenders* o *Coronation Street*, aunque algunos de sus responsables venían del ámbito cinematográfico. En este cruce de sinergias, *Serrallonga* expresa un lenguaje que vertebra los dos ámbitos, el cinematográfico y el televisivo, hasta vaciar la plataforma televisiva de las características propias de la *tv-movie* tradicional y concebir el producto como un film serial, aunque su duración episódica represente la mínima expresión de la serialidad.

¿Cómo desarrollar, a partir de estas circunstancias, un proyecto escindido entre la pureza del género —con la recuperación de la tradición incluida— y la brecha que supone la narrativa transmediática a la hora de diversificar los senderos narrativos de un producto audiovisual?

4.1.1. De la novela a la televisión y de la televisión a la novela... y al cómic

Serrallonga narra la historia de Joan Serra, cabeza de familia de un pueblo oprimido por la miseria, que se ve obligado a entregarse a una vida errante, entre la ilegalidad y la delincuencia. De este modo, *Serrallonga* se convierte en un bandolero que atraviesa la línea de lo jurídicamente permisible para denunciar lo que resulta legítimamente inadmisibile. Impone una justicia poética radicada en su acción, en contraposición a un poder corrupto y un sistema pervertido por las estructuras que emanan de esta cúpula organizativa de la sociedad. Combatiente de las tropas españolas antes de la Guerra de los Segadores, la serie aborda este capítulo de la leyenda desde una perspectiva plagada de detalles que diluye la confrontación histórica. La historia abunda en las hazañas de un hombre contra la corrupción, más allá del bando en que esta se sitúe.

El punto de inflexión de la trama es el viaje que *Serrallonga* emprende hacia Francia, a la casa de una de sus amantes, Juana. Es en este punto donde la historia traza un paréntesis, en el que los ritmos se relajan y el género de aventuras da paso a un terreno más cercano al romance. El retorno supone una precipitación fatalista: el final del argumento se convierte en un declive trágico donde la figura de *Serrallonga* asume matices liberadores a través de un simbolismo que culmina la miniserie. El final, como la leyenda cuenta, llegará con la entrega de *Serrallonga* a las autoridades. Su tortura y muerte

supone una redención en suspenso, una salvación que está por venir y que sobrevuela el mito.

La novela de Rafael Vallbona, aparecida junto a la serie, sigue fielmente esta trama. Las intervenciones de los personajes, en muchos casos paralelas a los diálogos de la serie, se combinan con un gran conjunto descriptivo que hace del libro un relato evocador, donde el paisaje y las coordenadas de tiempo y espacio emanan una poética que convierte estos dos vectores, prácticamente, en personajes. Se puede considerar que la expansión transmediática no está tanto al servicio del enriquecimiento de las tramas, sino que se deriva de unas correspondencias –entre imagen y texto, paisaje y palabra– que generan un imaginario visual más rico, una expansión de lo que Barthes (1999) denomina las “funciones integradoras informacionales del relato”.

El texto, sin embargo, no parece recoger en ningún caso la tradición literaria precedente. La narración escapa a la primera adaptación dramática de Luis Vélez de Guevara, en colaboración con Antonio Coello y Francisco de Rojas Zorrilla, el drama de Víctor Balaguer, o la ópera de Enric Morera. En este sentido, la novela rescata el mito desde la televisión y hace que la configuración histórica de los lectores y del propio mito dependa básicamente del guión televisivo. Sin duda el curso trazado es novela-televisión-novela, puesto que el origen de la historia remite a esa literatura existente, pero la versión televisiva prescindir de simetrías precedentes para establecerse como punto de despegue.

Del mismo modo, el cómic resulta una esforzada adaptación que respeta las premisas de la narración matriz. La estética de *La leyenda del Bandido Serrallonga* (Ediciones Glenat) es heredera de la escuela franco-belga, una línea que podría recordar en algunos aspectos a *La Quête del Oiseau du Temps* o *Thorgal*. Sin embargo, no aporta nada nuevo al mundo narrativo ya visto en televisión o en la novela.

4.2. Águila Roja

Águila Roja es una propuesta de narrativa histórica y de aventuras desarrollada por Televisión Española con la voluntad de trascender la estructura de miniseries como *Los gozos y las sombras* (1982) o *Blasco Ibáñez (La novela de su vida)* (1997). También pretende superar, con esta misma inscripción de género, el tipo de construcción argumental que la televisión pública ha trabajado con éxito en telenovelas de época, por ejemplo *Amar en tiempos revueltos* (2005), *La Señora* (2008) o *14 de abril, la República* (2011).

Ambientada en el declive económico del Siglo de Oro español, no hace apelación a los mitos y héroes literarios de aquella época, ni goza de referentes concretos, al margen de ciertos guiños. Esta es una de las peculiaridades de

Águila Roja: la figura principal de la serie, Gonzalo de Montalvo, se desdobra en dos personajes como en muchas otras series que tienen por tema de base la venganza personal y un deseo de justicia social. En esta dualidad, *Águila Roja* no solo encarna al caballero barroco clásico –con sus armas a medio camino entre la espada y las primeras de fuego– sino que incorpora técnicas de lucha oriental típicas de un guerrero ninja. La esencia del relato se resquebraja aquí y comienza, desde la confluencia de géneros y la bastardía más radical y desacomplejada, una narración de literatura en segundo grado, una co-presencia de registros que dialogan entre sí para constituir una unidad.

4.2.1. *Del pastiche televisivo a la explosión transmediática*

La narración televisiva de *Águila Roja* está impregnada de elementos que invitan a pensar en el pastiche. El relato revisita la comedia, la novela picaresca, el relato fantástico, el género de capa y espada, y el cine de samuráis. Esta pluralidad de géneros facilita la expansión transmediática de la serie, permitiendo una ampliación no sólo de los personajes, sino también de los registros, que cubren un espectro de consumidores muy amplio. Precisamente, uno de los éxitos de la serie es el hecho de saber captar diferentes públicos a través de los temas propuestos, pero, sobre todo, a través de una pluralidad de personajes. *Águila Roja* también incluye al público infantil con historias protagonizadas por los hijos de los personajes principales (por ejemplo Alfonso de Montalvo, Murillo o Nuño de Santillana).

Uno de los contenidos transmediáticos más disfrutados por el público joven es *Mi Águila Roja*, un videojuego gratuito en línea basado en el concepto de F2P (*Free to Play*) que también fue desarrollado como aplicación para dispositivos móviles. En este ambiente lúdico, el usuario encarna la figura de Gonzalo de Montalvo, mientras que los otros usuarios están presentes como responsables de los diferentes poblados de la España del siglo XVII. Este hecho hace que el videojuego no sea manipulado en ningún momento por un ordenador y, por otra parte, no se detenga nunca: cuando un usuario abandona por un período *Mi Águila Roja*, la acción, por efecto del resto de jugadores, se sigue desarrollando sin solución de continuidad.

Lejos de recuperar el tono épico de la producción televisiva, el juego –muy similar a productos como *World of Warcraft*– se basa esencialmente en la estrategia, aunque se presenta en forma de aventura gráfica donde caben otros ingredientes como la intriga o las relaciones sentimentales para motivar las acciones de los personajes. La plataforma *multijugador* permite, al mismo tiempo, establecer vínculos y alianzas con otros usuarios e incluso intercambiar mercancías o compartir intereses. Por el contrario, los usuarios que se

encargan de gestionar las otras villas pueden generar acciones que repercutan sobre un determinado jugador, por ejemplo, a través de saqueos, revueltas o ataques sorpresa.

Las misiones que se proponen al usuario como dirigente de una futura villa tienen una relación directa con el capítulo emitido; de hecho, se activan en el videojuego una vez emitido el episodio, de modo que lo visto en televisión reaparece de una manera más o menos extendida en la pantalla de ordenador. Sin embargo, el interactivo va más allá y no se agota en lo que plantea la serie. Incluso cuando la temporada está en pausa el sistema sigue proponiendo juegos alternativos, intrascendentes para la trama pero del mismo rigor narrativo que las historias televisivas. El objetivo principal radica en situar al propio poblado entre los mejores de un ranking general y hacerse con la medalla del justiciero, un artilugio misterioso que cambia de color y materiales a medida que se van superando con éxito las fases del juego, hasta volverse completamente dorado. Al final, el jugador podrá obtener el grado de *Águila Roja* y dirigir su propio imperio, tanto en sus aspectos militares como económicos.

A lo largo del juego los usuarios son asesorados por algunos de los protagonistas de la serie, a los que les corresponden unos espacios determinantes para el desarrollo de la acción. Por ejemplo, Margarita aparecerá para aconsejar en términos personales a los jugadores, mientras que el Comisario, desde el Cuartel, organizará las tropas militares para la defensa del poblado, el ataque a otros jugadores del mismo nivel o el saqueo de productos de una villa debilitada. Alonso, el hijo de *Águila Roja*, aportará conocimientos técnicos aprendidos en la escuela, y Lucrecia actuará como tesorera de las aportaciones de los habitantes, al tiempo que Sátor se encargará de los informes políticos y de difundir las informaciones fundamentales para los habitantes. El propio *Águila Roja* actúa como una especie de comodín, que, en algunos casos, puede conferir unas propiedades extraordinarias al jugador. Como se puede observar, la integración narrativa entre el videojuego y la serie televisiva es total.

El conocimiento que tienen los jugadores de la serie contribuye a una buena *performance* durante el desarrollo. Según Long “as audiences consume multiple components of a large narrative franchise, they construct vast databases of information in their minds to connect each new piece with what they have experienced earlier”¹³. Y es que el interactivo de *Águila Roja* está concebido,

¹³ LONG, Geoffrey, *Transmedia Storytelling. Business, Aesthetics and Production at the Jim Henson Company*, proyecto final del Master of Science in Comparative Media Studies, MIT, June 2007, p. 54.

por encima de todo, para conectar con la serie constantemente a pesar de disponer de un registro diferente.

Por su parte, el cómic de *Águila Roja* presenta una historia inédita que podría considerarse paralela a las temporadas televisivas, pero que escapa absolutamente de la lógica de espacio, tiempo y personajes que la serie ha elaborado. *La Sociedad del Loto Blanco* es el título de esta aventura ilustrada en la que Gonzalo y Sátor hacen un retroceso en el tiempo y se desplazan a la China del siglo XVI. En este caso los obstáculos que los héroes deben superar se sitúan en el centro de las intrigas de la aristocracia china, aunque recuperan algunos de los antagonistas de que aparecen en la serie televisiva. El guión del cómic es de uno de los coguionistas de la serie, J.M. Ruíz Córdoba, y la ilustración de Álex Sierra. Vuelve a ser la editorial Glénat, como ocurría con *Serrallonga*, la que apuesta por este tipo de producto, junto con Globomedia y la empresa Transmedia Producer Play Televisión, dedicada al desarrollo de todos los productos *cross-media* que tienen que ver con la serie.

La presentación del cómic coincide con el estreno de la película *Águila Roja*, dirigida por José Ramón Ayerra. En ella, de nuevo la trama abandona las constricciones de la pequeña pantalla para ampliarse a una historia donde el héroe desmonta un complot y difunde una vez más su sentido de la justicia. Este despliegue en la pantalla grande expande aún más el universo narrativo transmediático de *Águila Roja*. La película, coproducida por Versátil Cinema, se abre como si se tratara de una temporada paralela que comparte sólo algunos personajes con la televisión y que incorpora muchos otros, aumentando la posibilidad de una continuidad en forma de saga cinematográfica. Este recorrido iniciado en la gran pantalla puede convivir con las tramas televisivas sin necesidad de comunicarse o, incluso, con una comunicación tangencial, que puede ir de un medio a otro sin necesidad de estancarse en ninguno de los dos.

Finalmente, los dos libros de *Águila Roja* responden a algunos de los interrogantes que la serie televisiva deja en el aire, en especial a aquellos que hacen referencia a secretos del pasado y que condicionan las relaciones de los personajes. Por ejemplo, explican eventos como las causas del duelo entre Gonzalo y un noble, o la relación triangular entre Gonzalo, Margarita y Lucrecia. Ambos textos (*Águila Roja* y *Águila Roja. La profecía de Lucrecia*) están concebidos desde este planteamiento retrospectivo que brinda respuestas a partir de un retroceso al pasado de los personajes.

Respecto al *merchandising*, *Águila Roja* ha generado un despliegue muy amplio que abarca desde los juegos de mesa (el juego *Junior*, para el público infantil, el clásico juego de tablero y un puzzle), hasta los de cartas (*Duelo Deck El Pueblo –El Clero y Duelo Deck Conspiradores– Casa Real*). Al mismo tiempo, se han creado otros productos, como el disfraz del héroe de la historia, o el

Xtag, una etiqueta adhesiva para pegar en el móvil en lo que se puede hacer constar el número de contacto de alguna persona cercana.

Águila Roja ha inspirado muchas parodias en la web, no sólo a cargo de los prosumidores, sino también dentro de la misma industria cultural. Entre estos últimos destaca *Gaviota Roja*, un breve *sketch* producido por el programa *El Hormiguero* (Cuatro). En *Gaviota Roja* aparece Mariano Rajoy como héroe medieval defendiendo de sus “inquisidores” al que fue presidente de la Generalitat Valenciana, Francisco Camps, en relación con el caso Gürtel. También el programa *Sé lo que hicisteis* (La Sexta) produjo una parodia donde la conductora, Patricia Conde, se presentaba dentro de los decorados de la serie acompañada por algunos actores, ofreciendo un juego intertextual entre dos emisiones totalmente diferentes. Respecto a los contenidos generados por los usuarios, los vídeos paródicos que proliferan en la web no desarrollan expansiones como sucede en otras páginas clásicas de internet al estilo de Fanfiction.net.

A modo de conclusión, resulta paradójico cómo estas producciones –que recurren a una trayectoria histórica y que remiten a unos referentes culturales muy determinados– tienden a olvidar adaptaciones previas, especialmente en el caso de *Serrallonga*. El caso de *Águila Roja* es ilustrativo de lo que podría ser este efecto llevado hasta sus últimas consecuencias: la narrativa presenta la génesis de un héroe histórico sin historia previa, creado en el siglo XXI pero que dialoga a distancia con una tradición de la cual es deudor. Por otro lado, en el caso de *Águila Roja* la tradición se recombina con un imaginario oriental que remite al territorio del pastiche.

Como ya se indicó, si bien *Serrallonga* debe ser considerada una doble adaptación a todos los efectos (de la televisión al cómic y la novela), en el contexto de la industria cultural catalana emerge como un primer paso en el camino que lleva a la articulación narrativa de diferentes medios. *Águila Roja*, por el contrario, deviene una obra paradigmática de lo debería ser el *transmedia storytelling*. Podemos considerarla, pues, un punto de inflexión en la creación narrativa transmediática en España.

5. Conclusiones

El análisis en clave semio-narratológica de estas cuatro producciones –caracterizadas por un mayor o menor grado de transmedialidad– permite vislumbrar la amplia variedad de propuestas y estrategias que actualmente se están implementando en el mercado español. Las producciones pueden ir desde la más fiel adaptación de un medio a otro (*Serrallonga*) hasta la más

sofisticada muestra de expansión transmedia (*Águila Roja*)¹⁴, pasando por obras que apenas están dando sus primeros y titubeantes pasos en las redes sociales para ampliar su universo narrativo (*Infidels*). En este contexto sobresale el conjunto textual de *Las Tres Mellizas*, donde identificamos un contradictorio pero al mismo tiempo exitoso caso de expansión transmediática y compresión narrativa.

El estudio de estas obras nos ha permitido elaborar una serie de conceptos y taxonomías para aplicar en futuras investigaciones:

- Existen diferentes formas de encarar una expansión transmediática; si se la planifica desde el comienzo –por más que no se implementen inmediatamente los contenidos para todos los medios y plataformas– se está en presencia de una modalidad estratégica; si, por el contrario, la expansión se desenvuelve de forma desorganizada, quizá respondiendo a los inputs del entorno, en ese caso se debería hablar de una modalidad táctica.
- No todas las narrativas transmediáticas son expansivas sino que podemos encontrarnos con fenómenos *cross-media* caracterizados por la compresión. Estas compresiones pueden presentarse bajo forma de textos-síntesis (como los *recaps*) o como un relato que pierde sus partes a medida que pasa de un medio a otro. El ejemplo de *Las tres mellizas* y *Gaudí* puede considerarse paradigmático de esta segunda modalidad.
- Este doble movimiento de expansión / compresión nos sugiere que las narrativas en general –no sólo transmediáticas– son como fuelles que se abren y cierran para dar lugar a diferentes configuraciones. En otras palabras: los mundos narrativos toleran un cierto grado de elasticidad.
- Los *recaps* no sólo sirven para sintetizar una temporada o toda una serie a pocos minutos: este tipo de textos construye varios espectadores modelo a partir de su posicionamiento respecto al relato. De esta forma un *recap* es al mismo tiempo un texto de síntesis (resumen), recuerdo (destinado a los espectadores habituales) y divulgación (destinado a captar nuevos espectadores).
- Determinadas modalidades tácticas, desarrolladas por los usuarios o por otros medios, suponen una alternativa a los fenómenos de expansión y comprensión narrativa *cross-media*, dentro de la elasticidad apuntada: se insertan en la génesis de nuevos imaginarios, otros mundos posibles que desactivan el producto originario para dar luz a uno completamente renovado. Cuando las parodias, la usurpación de personajes o el tono de

¹⁴ El despliegue transmediático de *Águila Roja* no tiene nada que envidiar al de las grandes producciones estadounidenses, como *24* o *Lost* (Scolari, 2009, 2011).

la nueva producción caminan sobre las intersecciones de otros géneros, contextos o tramas, el resultado no resulta ni expansivo ni compresivo, simplemente “otro”.

- La narrativa transmediática originada desde la ficción activa un componente de re-creación, según el cual determinados personajes pasan a ocupar posiciones de igual jerarquía respecto a cualquier usuario. Pensamos especialmente en la participación de personajes en redes sociales, páginas webs, *blogs* o videojuegos, que trascienden su estatus ficcional en tanto que interactúan en el mismo plano que los usuarios.

Si vamos más allá de la lectura semio-narratológica, de este estudio emerge un panorama complejo y en mutación en el cual es posible encontrar experiencias de todo tipo. Las producciones transmediáticas están dando sus primeros pasos en España, y no es causal que los profesionales del sector miren hacia las obras realizadas en los Estados Unidos o el Reino Unido, mercados donde estas lógicas narrativas han sido asumidas de manera progresiva por las empresas a lo largo de la última década. En España el desarrollo transmediático es un territorio productiva y científicamente apenas explorado; en ese marco el mundo académico puede aportar una mirada analítica de estos procesos –tal como se plantea en el presente artículo–, sugerir posibles estrategias de desarrollo y contribuir a la formación de los futuros profesionales del *cross-media*.

Bibliografía citada

- BAL, Mieke, *Teoría de la narrativa (Una Introducción a la Narratología)*, Cátedra, Madrid, 1985.
- BELSUNCES GONÇALVES, Andreu, *Producción, consumo y prácticas culturales en torno a los nuevos media en la cultura de la convergencia: el caso de Fringe como narración transmedia y lúdica*, trabajo final del máster Sociedad de la Información y el Conocimiento, UOC, 2011.
- DENA, Christy, *Transmedia Practice: Theorising the Practice of Expressing a Fictional World across Distinct Media and Environments*, tesis doctoral, University of Sydney, 2009, <http://www.stevepeters.org/2011/05/18/what-the-hell-is-transmedia/>, 15-10-2011.
- DÍAZ NOCI, Javier, "Narratología de las (ciber)noticias", ponencia presentada en el *Ier Congreso nacional Metodología de la Investigación en Comunicación. Investigar la comunicación en España*, Fuenlabrada (Madrid), 13 y 14 de abril de 2011.
- ECO, Umberto, *Lector in Fabula. La cooperazione interpretativa nei testi narrativi*, Bompiani, Milano, 1979.
- ECO, Umberto, *Dire la stessa cosa*, Bompiani, Milano, 2003.
- GENETTE, Gérard, *Palimpsestos. La literatura en segundo grado*, Taurus, Madrid, 1989.
- GRAINGE, Paul, *Brand Hollywood: selling entertainment in a global media age*, Routledge, New York, 2008.
- GREIMAS, Algirdas J., *Semiotica e Scienze Sociali*, Centro Scientifico Editore, Torino, 1991.
- GREIMAS, Algirdas J., *Del sentido II. Ensayos semióticos*, Gredos, Madrid, 1989.
- GREIMAS, Algirdas J. y COURTÈS, Joseph, *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*, vol. 1, Gredos, Madrid, 1982.
- GUERRERO, Mar, *Internet, narrativa transmedia y fenómeno fan en la construcción de ficción televisiva. Aproximación al posicionamiento de mercado en soportes multimedia*, tesis de máster de la Facultad de Ciencias da Comunicación de la Universidad de Santiago de Compostela, 2010.
- HERNÁNDEZ PÉREZ, Manuel y GRANDÍO PÉREZ, María del Mar, "Narrativa crossmedia en el discurso televisivo de Ciencia Ficción. Estudio de Battlestar Galactica (2003-2010)", *Área Abierta*, n° 28, marzo 2011, pp. 1-20.
- JAKOBSON, Roman, *Ensayos de lingüística general*, Planeta, Barcelona, 1985.
- JENKINS, Henry, "The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling", en el blog *Confessions of an Aca-Fan*, diciembre 2009, http://henryjenkins.org/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html y http://henryjenkins.org/2009/12/revenge_of_the_origami_unicorn.html, 11-1-2011.
- JENKINS, Henry, *Convergence culture: Where old and new media collide*, New York University Press, New York, 2006a (edic. en castellano: *Convergence Culture. La cultura de la convergencia en los medios de comunicación*, Paidós, Barcelona, 2008).
- JENKINS, Henry, *Fans, bloggers, and gamers: exploring participatory culture*, New York University Press, New York, 2006b.
- JENKINS, Henry, "Transmedia storytelling. Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling", *Technology Review*, 15-1-2003, <http://www.technologyreview.com/biotech/13052>, 25-1-2011.
- JENKINS, Henry, *Textual Poachers. Fans, Participatory Culture and Television*, Routledge, New York, 1992.

- KLASTRUP, Lisbeth, "The Worldness of EverQuest: Exploring a 21st Century Fiction", *Game Studies*, vol. 9, nº 1, 2009, <http://gamestudies.org/0901/articles/klastrup>, 11-1-2011.
- KRESS, Gunther, *Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication*, Routledge, London, 2009.
- KRESS, Gunther y VAN LEEUWEN, Theo, *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication*, Arnold, London, 2001.
- LONG, Geoffrey, *Transmedia Storytelling. Business, Aesthetics and Production at the Jim Henson Company*, proyecto final del Master of Science in Comparative Media Studies, MIT, June 2007, <http://dspace.mit.edu/handle/1721.1/39152>, 15-10-2011.
- MEEHAN, Eileen R., "Book Review: Convergence culture: Where old and new media collide -by Henry Jenkins", *Journal of Communication*, vol. 57, nº 3, 2007, pp. 602-604.
- PARREÑO RABADÁN, Mónica, *El nou periodisme integrat i multiplataforma: el cas del diari Ara*, trabajo final del máster Sociedad de la Información y el Conocimiento, UOC, 2011.
- PROPP, Vladimir, *Morfología del cuento*, Akal, Madrid, 1998.
- ROIG, Toni, *Cine en conexión: producción industrial y social en la era cross-media*, UOC Press, Barcelona, 2009.
- RYAN, Marie-Laure, "From Narrative Games to Playable Stories. Toward a Poetics of Interactive Narrative", *StoryWorlds: A Journal of Narrative Studies*, vol. 1, 2009, pp. 43-59, <http://muse.jhu.edu/journals/storyworlds/v001/1.ryan.html> DOI: 10.1353/stw.0.0003 20-12-2011.
- RYAN, Marie-Laure, *Narrative Across Media*, University of Nebraska Press, Lincoln, NE, 2004.
- SCOLARI, Carlos A., "Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production", *International Journal of Communication*, vol. 3, 2009, pp. 586-606, www.ijoc.org/ojs/index.php/ijoc/article/download/477/336 DOI: 1932-8036/20090586, 11-5-2011.
- SCOLARI, Carlos A., "Narrativa transmediática, estrategias cross-media e hipertelevisión", en PISCITELLI, A., SCOLARI, C.A. y MAGURERI, C. (eds.), *Lostología. Estrategias para entrar y salir de la isla*, Ed. Cinema, Buenos Aires, 2011, pp. 69-100.
- SINNREICH, Aram, "Come Together, Right Now: We Know Something's Happening, But We Don't Know What It Is", *International Journal of Communication* 1, 2007, pp. 44-47, <http://ijoc.org/ojs/index.php/ijoc/article/view/48/12>, 8-1-2012.
- TOFFLER, Alvin, *La Tercera Ola*, Plaza y Janes, Barcelona, 1980.
- TOSCA, Susana P. y KLASTRUP, Lisbeth, "Transmedial worlds: rethinking cyberworld design", ponencia presentada en el *Congreso Cyberworlds*, Tokyo, 2004, http://www.itu.dk/people/klastrup/klastruptosca_transworlds.pdf, 15-5-2011.